

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Ahmadi, Rulam. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Bungin, Burhan. (2007). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Belch, George dan Michael A. Belch. (2009). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*. New York: McGraw-Hill.
- Creswell, John. (2009). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Evans, Dave dan Jake McKee. (2010). *Social Media Marketing: The Next Generation of Business Engagement*. Kanada: Wiley Publishing, Inc.
- Gunawan, Imam. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Helianthusonfri, Jefferly. (2014). *1 Juta Rupiah Pertama Anda dari Twitter*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.

- Littlejohn, Stephen dan Karen A. Foss. (2011). *Teori Komunikasi Edisi 9*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Longman Dictionary of Contemporary English New Edition*. (2011). England: Pearson Education Limited.
- Machfoedz, Mahmud. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- Moleong, Lexy. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Mulyana, Deddy. (2010). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Nasrullah, Rulli. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Kencana Prenamedia Group.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial: Prosedur, Tren, dan Etika*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Prisgunanto, Ilham. (2014). *Komunikasi Pemasaran Era Digital*. Jakarta: Prisani Cendekia.
- Rangkuti, Freddy. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia.
- Satori, Djam'an dan Aan Komariah. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Shimp, Terence. (2003). *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Sukarto & Hianoto. (2009). *Sukses Berbisnis Internet dalam 29 Hari*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Vardiansyah, Dani. (2008). *Filsafat Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Jakarta: PT. Indeks.

Wuebben, Jon. (2011). *Content is currency: Developing Powerful Content for Web and Mobile*. Unite Stated of America: Nicholas Brealey Publishing.

## **Jurnal**

Burton, Suzan dan Alena Soboleva. (2011). *Interactive or reactive? Marketing with Twitter*. Journal of Consumer Marketing, Vol. 28 Iss: 7, pp. 491-499. (Emerald Insight).

Cho, Ji Young dan Eun-Hee Lee. (2014). *Reducing Confusion about Grounded Theory and Qualitative Content Analysis: Similarities and Differences*. The Qualitative Report 2014 Volume 19, Article 64, 1-20.

Daft, Richard dan Robert H. Lengel. (1986). *Organizational Information Requirements, Media Richness and Structural Design*. Management Science Volume 32 Issue 5 Organization Design (May, 1986) 554-571.

Daft, Richard, Robert H. Lengel, dan Linda Klebe Trevino. (1987). *Message Equivocality, Media Selection, and Manager Performance: Implications for Information Systems*. MIS Quarterly, Vol 11 No.3 (Sep, 1987), 355-366.

Dennis, Alan dan Joseph S. Valacich. (1999). *Rethinking Media Richness: Towards a Theory of Media Synchronicity*. Proceedings of the 32<sup>nd</sup> Hawaii International Conference on System Sciences.

Greer, Clark dan Douglas A. Ferguson. (2011). *Using Twitter for Promotion and Branding: A Content Analysis of Local Television Twitter Sites*. Journal of Broadcasting & Electronic Media 55 (2), pp. 198-214.

Hidayat, Faris Tri dan Poppy Febriana. (2014). *Promosi Online Pada Indie Clothing Inspired27 Malang*. KANAL Vol. 2 No. 2, Hal 107-206.

- Hsieh, Hsiu-Fang dan Sarah E. Shannon. (2005). *Three Approaches to Qualitative Content Analysis*. *Qualitative Health Research*, Vol. 15 No. 9 pp.1277-1288. (Sage Publications).
- Huan, Chen. (2015). *College-aged Young Consumers' Interpretation of Twitter and Marketing Information on Twitter*. *Young Consumers*, Vol. 16 Iss:2 pp.208-221. (Emerald Insight).
- Joshi, Avani, Dipen A. Patel, dan David A. Holdford. (2011). *Media Coverage of Off-Label Promotion : A Content Analysis of US Newspaper*. *Research in Social and Administrative Pharmacy* Vol. 7, pp 257-271. (Science Direct).
- Kurnia, Desi. (2014). *Twitter Sebagai Media Alternatif Informasi Publik (Analisis Isi Twitter Pada @humaskabklaten Pemerintah Kabupaten Klaten Periode 1 Januari – 28 Februari 2014)*. Retrieved from Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Digital Library.
- Manubawa, Yoseph. (2013). *Efektivitas Mobile Advertising dalam Iklan Reguler Event Party (Analisis Efektivitas Penyampaian Pesan Iklan Reguler Event Party Melalui Broadcast Blackberry Messenger (BBM) menggunakan EPIC Model di Hugo's Café Yogyakarta Tahun 2013)*. Retrieved from Universitas Atma Jaya Yogyakarta Digital Library.
- Mayring, Philipp. (2000). *Qualitative Content Analysis*. *Forum Qualitative Sozialforschung/ Forum: Qualitative Social Research*, Vol. 1, No. 2 Art.20.
- Mubarok, Husni. (2014). *Jejaring Sosial Sebagai Media Komunikasi Pemasaran (Studi Deskriptif Pada Akun Twitter @Kalimilk)*. Retrieved Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Library.
- Sanderiana, Vanda. (2013). *Studi Kasus Interaktivitas Twitter pada bisnis @Mie\_Reman di Kota Bandung*. Retrieved from Telkom University Digital Library.

- Sreenivasan, Nirupama Dharmavaram, Chei Sian Lee, dan Dion Hoe-Lian Goh. (2012). *Tweeting the Friendly Skies : Investigating Information Exchange among Twitter Users about Airlines*. Program: Electronic Library and Information Systems., Vol. 46 Iss: 1 pp. 21-41. (Emerald Insight).
- Sullivan, John, Anthony G. Scheneiders, Choon Wi Cheang, et.al (2011). *'What's Happening?' A Content Analysis of Concussion-Related Traffic on Twitter*. Br J Sport Med Published.
- Pitria, Delfa. (2014). *Analisis Interaktivitas Twitter @boberCafe (Studi Tentang Interaktivitas Twitter @bobercafe dalam Promosi Bober Café di Twitter*. Retrieved from Telkom University Digital Library.
- Thoring, Anne. (2011). *Corporate Tweeting : Analysing the Use of Twitter as a Marketing Tool by UK Trade Publisher*. Springer Science and Business Media, pp. 141-158.
- Wurinanda, Iradhatie. (2014). *Efektivitas Promosi Produk Sop Duren Lodaya Melalui Twitter*. Retrieved from Institut Pertanian Bogor Digital Library.
- Zhang, Yang dan Barbara M. Wildemuth. (2009). *Qualitative Analysis of Content*. Applications of Social Research Methods to Questions in Information and Library Science pp. 208-319.

## **Skripsi**

- Nazoeaggi, Tano. (2011). *Analisis Isi Pesan Kreatif Iklan Media Cetak Peraih Medali Emas Penghargaan Bulanan dalam Forum <http://www.adsoftheworld.com> Periode Oktober 2008 Hingga Maret 2011*. Skripsi pada S1 Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta: Tidak Diterbitkan.
- Noor, Zia. (2014). *Analisis Strategi Promosi Melalui Media Sosial Twitter (Studi Kasus di Dusun Bambu Bandung)*. Skripsi pada S1 Ilmu Komunikasi Universitas Telkom Bandung: Tidak Diterbitkan.

Piri, Ines. (2013). *Analisis Isi Tweets Akun Twitter Wall's Magnum @MyMagnumID*. Skripsi pada S1 Ilmu Komunikasi Universitas Telkom Bandung: Tidak Diterbitkan.

Shalaty, Martina. (2012). *Wirausaha dalam Social Media Twitter (Analisis Isi Pesan Wirausaha dalam Social Media Twitter)*. Skripsi pada S1 Ilmu Komunikasi: Jakarta: Tidak Diterbitkan.

Widya, Astri. (2012). *Isi Hijab Fashion Blog (Analisis Isi Deskriptif Blog Sitistreet.blogspot.com Sebagai Hijab Fashion Blog Periode Bulan Juli – Desember 2012)*. Skripsi pada S1 Ilmu Komunikasi Universitas Telkom Bandung: Tidak Diterbitkan.

### **Majalah**

Setiawan, Iwan. (2015, September). Content Marketing for Modern Marketeers. *Marketeers: The A-Z of Content Marketing*, 36-39.

Soeprajitno, Hendra. (2015, September). Menarik Perhatian, Bukannya Penjualan. *Marketeers: The A-Z of Content Marketing*, 42-43.

Triwijarnako, Ramadhan. (2015, September). Selamat Datang Era Story Telling. *Marketeers: The A-Z of Content Marketing*, 44-46.

### **Internet**

<http://puskakomui.or.id/> (25 November 2015 pukul 19:05 WIB).

<https://twitter.com/ikanatassa> (12 September 2015 pukul 21:24 WIB).

<https://twitter.com/about> (11 September 2015 pukul 13:40 WIB).

Harry dan Etwin Satyadi. (2010). *Anatomy Of Selling: Sebuah Telusur Proses Penjualan* (E-Book). Tersedia: <https://books.google.co.id/books?isbn=979276920X> (19 September 2015 pukul 19:44 WIB).

Mayring, Philipp. (2014). *Qualitative Content Analysis: Theoretical Foundation Basic Procedures and Software Solution*. (E-Book). Tersedia: [www.psychopen.eu/.../mayring/ssoar-2014-mayring-Qualitative\\_content](http://www.psychopen.eu/.../mayring/ssoar-2014-mayring-Qualitative_content) (1 November 2015 pukul 15: 01 WIB).

Smartini. (2010). *Twitter: Best Social Networking* (E-Book). Tersedia: <https://books.google.co.id/books?isbn=9792912665> (29 September 2015 pukul 13: 10 WIB).